

тельно интересное и приятное издание. Начиная с того, что в работе участвуют известные стилисты и фотографы и заканчивая тем, что оно печатается на бумаге хорошего качества».

В настоящее время многие корпоративные издания вышли за пределы продвижения и формирования позитивного имиджа только своих организаций. Это своеобразный инструмент влияния на социальные группы лиц – клиентов организации.

Менеджер по рекламе Центра косметологии и пластической хирургии рассказывает нам следующее: «Мы делаем очень большую ставку на наше корпоративное издание. Тенденция развития печатных изданий такова, что сейчас многие популярные журналы предпочитают печатать много красивых фотографий и минимум текста. Для продвижения наших услуг это не совсем подходящий метод. В своем издании, мы можем позволить себе рассказать подробно о тех или иных процедурах, технологиях, методах. Описав мнения разных специалистов, собрав воедино всю ту информацию, которую хотят получить клиенты. Именно за это нас любят наши читатели. В нашем журнале мы размещаем рекламу других компаний. Да, мы корпоративное издание, но мы скорее продвигаем не клинику, а стиль жизни здорового человека, который заботится о своей внешности и продлении «качественной» жизни».

В целом, рынок корпоративных печатных СМИ в настоящее время переживает бурный рост и становление. В настоящее время, корпоративные издания выделяются в самостоятельную типологическую группу в общей системе средств массовой коммуникации, подчиняясь всем правилам и законам рынка масс-медиа.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Социальная психология. Словарь / Под ред. М.Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л.А. Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. - М.: ПЕР СЭ, 2006. - 176 с
2. <http://www.mediatat.ru>
3. Агентство «DISCOVERY Research Group», www.drgroup.ru
4. Гильдия Издателей Периодической печати, www.gipp.ru
5. Доклад исполнительного директора АКМР Дегтяренко Д., www.raso.ru
6. Статья Алябевой Е., «Такие нужные корпоративные СМИ», www.dv-reclama.ru

Шаталова Н.И., г. Екатеринбург

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТА И СУБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

Организация является объектом управляющего воздействия со стороны менеджмента предприятия. Американский предприниматель Роберт Таунсенд написал: «Единственное, что в организации возникает самопроизвольно, – это беспорядок, трения и злоупотребления»[1]. Как объект управления организация должна выдавать тот результат, который от нее ожидает управляющий. Следовательно, эффективность ее как объекта управления определяется результатом функционирования. Если организация позволяет ее руководителю (владельцу) достичь поставленных целей, то это эффективная организация. Вопрос об эффективности организации является непростым и социально острым.

Покажем несколько вопросов-ситуаций, в которых правильный ответ возможен только с уточнением – эффективен для чего?

1. Эффективен ли железнодорожный транспорт Российской Федерации?

Если для обеспечения высокого уровня прибыльности, то однозначного ответа на этот вопрос нет – не случайно уже несколько лет проводится структурная реформа. А если для решения задачи, которая ставилась перед ним руководителями СССР в 30-х годах XX века (обеспечение действующей армии преимущественно на Западном направ-

лении), то вполне эффективен. Факты, подтверждающие это, явила Великая Отечественная война: эвакуация советской промышленности с Запада на Восток считается мировым шедевром решения глобальной управленческой задачи и роль железнодорожного транспорта здесь – ведущая.

2. Эффективен ли завод, если на нем работает 80 % жителей города, но этот завод не приносит прибыли, и доход едва покрывает все его расходы? С точки зрения собственника, которого интересует только прибыль – нет. Завод следует закрыть, имущество продать. С точки зрения жителей города – эффективен, так как он дает постоянную работу большей части трудоспособного населения города. Закрытие завода будет означать умирание города.

3. Эффективна ли покупка стальным холдингом теплоэнергетической станции, если она является самостоятельным предприятием с юридическим лицом, имеет свой бухгалтерский баланс и продает энергию только предприятиям холдинга, причем по демпинговым ценам, т.е. ниже себестоимости, то есть себе в убыток? Не эффективна, если рассматривать станцию как самостоятельное предприятие и встать на позицию ее директора и персонала. Эффективна, если рассматривать ее как звено единой производственной цепи (рудник – горно-обогатительный комбинат – металлургический завод), обеспечивающее их дешевой энергией и позволяющей продавать продукцию завода по низким ценам, «торгующим» конкурентов. С позиций руководства холдинга, пока станция даст энергию и тепло по заданной стоимости и в заданном количестве, она эффективна.

Цели организации можно представить обобщенно и сгруппировать.

Теория систем выделяет четыре основных цели, которые могут стоять перед системой (организацией) и достижение которых может являться предметом деятельности руководителя:

1) «Выполнение программ» – цель, которая заключается в выполнении заданного в системе алгоритма, логической последовательности действий. Такая цель чаще всего присуща таким организациям, как органы государственной власти.

Примером такой организации может служить система социального обеспечения. Ежемесячная выдача пенсии пенсионерам – это каждый раз достижение цели выполнения раз и навсегда заданной программы.

Проблем оценки эффективности таких организаций практически нет. Все очень просто: соблюден алгоритм – организация эффективна, не соблюден – не эффективна. Однако к их числу принадлежит очень ограниченный круг организаций.

2) «Слежение» – эта цель заключается в соблюдении соответствия между параметрами системы и значениями других, не зависящих от системы величин. То есть организация достигает цели тогда, когда она изменяется, подстраиваясь под внешние события.

Эта цель имеется у любой коммерческой фирмы при решении задач маркетинга. Служба маркетинга следит за параметрами рынка и в случае их изменения предлагает соответствующее изменение параметров организации.

Постановка такой целевой программы приемлема, когда «враг» известен. То есть организация, а точнее люди, работающие в организации и принимающие решения, точно знают за кем, или за чем следить. К сожалению, в большинстве случаев это известно приблизительно, так как круг факторов, воздействующих на организацию, не ограничивается только рынком сбыта и снабжения.

3) «Оптимизация» – эта цель заключается в обеспечении наилучшего выполнения задачи при заданных критериях. Организация достигает цели «оптимизация», если при решении задачи соблюдены все заданные условия ее решения. В качестве примера можно привести задачу увеличения объема продаж при неизменности затрат на бытовые

мероприятия. Если служба маркетинга достигнет увеличения прибыли (например, через изменение рекламной политики при тех же затратах), то задача оптимизации может считаться выполненной.

При постановке этой цели эффективная организация должна работать как минимум на самоокупаемости, а как максимум - приносить дополнительный доход собственнику и персоналу. В условиях рынка этот подход к оценке эффективности организации самый распространенный. Не все виды деятельности даже таких организаций могут быть доходны, то есть не во всякой деятельности может быть рассчитан денежный эффект. Например: как определить эффективность работы больницы? Через количество обслуженных больных? Но тогда самая эффективная больница – это больница размером с город, где все болеют. Абсурд? Конечно. То же самое можно сказать о подобной оценке эффективности деятельности пожарной охраны, морга, комнаты предварительного заключения (КПЗ), детской комнаты милиции и т.п. С социальной точки зрения подсчет экономической эффективности их непосредственной работы – это занятие из области курьезов*.

Для постановки целей эффективности таких и многих других организаций существует четвертая группа целей.

4. «Стабилизация» - основная цель организаций, задачей функционирования которых является поддержание состояния управляемого ими процесса в заданных границах. Тогда цели работы таких организаций изменятся:

целью больницы будет быстрое, в течение, например, получаса, обслуживание любого обратившегося за медицинской помощью пациента;

целью пожарной охраны – выезд по вызову на место происшествия и тушение пожара любой сложности в минимальные сроки;

целью милиции – обеспечение соблюдения законности каждым гражданином страны.

По большому счету, цель «стабилизация» является общей, универсальной для любой постоянной организации, которая создана для выполнения социально значимых задач, а не создаваемой заведомо временно, как, например, штаб кандидата в депутаты N на период его предвыборной борьбы.

Любая организация, кроме специально оговариваемых случаев, создается как «бессмертная». В учредительных документах, как правило, даты ликвидации организации не проставляется. А это значит, что организация создается как бы «навечно».

Организация создается, получает ориентир как объект управления и далее начинает каким-то образом «себя вести», причем не только управляется, но и является самоуправляемой. Она во многом сама выбирает правильный путь развития и процветания. Что является «стержнем» в организации как субъекте управления? Что определяет ее эффективность? Что определяет характер ее самостоятельного, децентрализованного поведения? Думается, что в основе механизма самоуправления лежит организационная культура. Чтобы стать эффективным субъектом управления организация должна обладать рядом признаков. Во-первых, она должна содержать ясные всему персоналу цели и задачи предприятия, способные быть измеренными. Задачи, выполнение которых невозможно оценить, ничего не меняют в поведении людей, делают их пассивными. Во-вторых, она

* В наше время многие государственные больницы, школы, детские технические станции и т.п. практически оставлены государством без финансирования и вынуждены сами зарабатывать себе деньги на заработную плату персоналу, приобретение необходимого для работы оборудования, медикаментов, ремонт и развитие. Происходит это зачастую в ущерб их основной работе.

должна показывать, что каждый участник производства имеет реальную возможность принимать участие в действиях по самоуправлению. В-третьих, она должна демонстрировать уникальность предприятия или события. Уникальность формирует статус предприятия, сохранение которого активизирует персонал. В-четвертых, содержать четкое определение того, что требуется от каждого участника производства и что каждый участник производства получит в результате выполнения всех требований. Заинтересованность рядовых сотрудников в эффективной работе активизирует их на самоорганизацию. В-пятых, организационная культура должна быть эмоционально стимулирующей и вдохновляющей.

Как показывает практика и исторический опыт, организация может вести себя совсем не в соответствии с ожиданиями ее руководителя или руководителей, она может существовать и вообще без внешнего управления.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Душенко К.В. Универсальный цитатник бизнесмена и менеджера. - М.: Изд-во Эксмо, 2004, с. 265

Слюсарянский М.А., г. Пермь

РЫНОК ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Социологический анализ современного российского общества, его переходного состояния ставит вопрос о новых подходах для оценки переходного характера общества, нахождения такого понятийного аппарата, который позволяет учесть и понять закономерности его развития. В этой связи в качестве категории, обобщающей и покрывающей собой возможные альтернативные результаты исследований используется понятие «социальная трансформация».

Необходимо различать трансформации, происходящие на институциональном и деятельностном уровнях. При этом возникает серьезная проблема, связанная с возможностью существенных противоречий между институциональной формой и характером социального функционирования тех или иных общественных установлений, преобразование которых является предметом исследования социальных трансформаций. Примеров подобных противоречий можно привести довольно много в экономической, политической, культурной сферах, и, в частности, в процессах функционирования рынка труда и занятости.

В этой связи важными критериями для оценки переходного состояния российского общества, характера социальной трансформации являются следующие:

роль новых и старых социокультурных групп в процессах либерализации и приватизации экономики;

изменения в трудовых отношениях, мотивациях, поведении различных социально-профессиональных групп;

изменения в уровне и качестве жизни населения и отдельных групп;

характер социальной стратификации и результаты адаптации к комплексу проводимых реформ.

Обозначенные методологические подходы должны быть применены в исследовании труда и занятости, который выступает в качестве важной и многоплановой сферы экономической и социально-политической жизни общества, отражающего основные тенденции в динамике занятости, ее основные структуры, характер общественного разделения труда мобильности рабочей силы, масштабы и динамику безработицы. При этом объектами внимания социологов должны быть: